

# IN 5 STAPPEN EEN STRATEGISCHE PLANNING

“Plans are nothing, Planning is everything”  
- Dwight D. Eisenhower



# INLEIDING

Generaal Dwight D. Eisenhower is de man die de invasie van de geallieerde strijdkrachten in Europa tijdens WOII plande. Hij bouwde jarenlang aan zijn team, de strategie en de capaciteiten van zijn team om ervoor te zorgen dat de invasie succesvol zou zijn.

Hij zorgde er niet alleen voor dat zijn teamleden wisten WAT, maar vooral het WAAROM, WANNEER, HOE én in WELKE-volgorde zij dat moesten doen.

Eisenhower gebruikte zijn strategische inzicht en had daarnaast ook een strakke, complete planning van de invasie gemaakt.

Zo werkt het ook bij het ondernemerschap.

Er zijn doelstellingen, maar zijn deze ook strategisch gemaakt?

Weet je wanneer je welke stappen wilt zetten?

Weet jouw team waarom ze doen wat ze doen?

Weet iedereen wat de kosten zijn van de verschillende stappen?

Bovenstaande vraagstukken werk je uit in een strategische planning.

Zodat jij en je team precies weten wat en wanneer je iets klaar wilt hebben.

Ik weet hoe lastig het kan zijn om strategisch met je bedrijf aan de slag te zijn. Hoe de waan van de dag jou uit je planning haalt.

Het is mijn missie om naast ondernemers/leiders te staan en de strategische sparringpartner te zijn die je als ondernemer nodig hebt om te groeien met je bedrijf.

Het hebben van een strategische planning is alvast de eerste stap die jou helpt bij het realiseren van jouw ambitie.

Succes!

*Monique!*

# STAP 1: WAAROM IS EEN STRATEGISCHE PLANNING BELANGRIJK?

Als ondernemer/leider zijn we gewend om doelen te stellen. Financiële doelen, productdoelen en ga zo maar door. Het stellen van doelen is niet hetzelfde als het hebben van een plan.

Je wilt weten hoe je je stip op de horizon bereikt en of je plannen tot resultaten leiden. Een strategische planning wordt vaak per kalenderjaar gemaakt en in sommige gevallen bij de start van een project.

Een strategisch planning heeft tot doel dat bij de start van het jaar of project alle stappen overdacht worden die nodig zijn om tot het resultaat te komen.

De planning wordt tussendoor gebruikt als een evaluatie moment. Hoever sta je en wat heb is er nog te doen? Aan het einde van de planningsperiode kun je goed overzien welke stappen er aan het begin gesteld waren, wat het resultaat is en wordt er naar aanleiding van de analyse weer een nieuwe aangepaste planning gemaakt.

De strategische planning is belangrijk voor:

## **Het behalen van je omzetdoel**

Een planning is helemaal gericht op het behalen van het omzetdoel.

Ieder jaar wordt het omzetdoel vastgesteld en op basis daarvan wordt bekeken hoeveel producten er verkocht moeten worden om het omzetdoel te realiseren.

## **De focus**

Een planning geeft focus. Focus op de activiteiten om de producten of diensten die je in dat jaar hebt goed uit te voeren.

## Het overzicht

Een strategische planning geeft overzicht. Aan het begin van de planning is duidelijk wat de activiteiten in zijn.

Je weet wanneer je met een nieuwe activiteit start, zodat je op tijd kunt starten met je marketing of het werven van nieuwe klanten.

## Een goede verdeling van de activiteiten

- o Werken met een planning zorgt ervoor dat er een goede verdeling is van de activiteiten over het gehele jaar.
- o Zo voorkom je dat er b.v. in het eerste half jaar te veel trainingen gepland zijn, waardoor je je een slag in de rondte werkt en het tweede half jaar weinig te doen hebt.

## Marketing (on- en offline)

- o Het hebben van een goede planning geeft rust bij de (online) marketingactiviteiten.
- o Je weet ruim op tijd wanneer er een nieuwe activiteit start zodat er op tijd gestart kan worden met de advertentiecampagne en de input voor de sociale media.



## STAP 2: VAN DENKEN NAAR DOEN.

Je wilt je doelen bereiken, je hebt stip op de horizon duidelijk. Voor de ene ondernemer ligt die stip op 1 jaar en voor de andere op 5 jaar. Het is handig om bij een stip op de lange termijn wat tussentijdse stappen in te bouwen en hier je strategische planning op aan te passen.

Er zijn een vragen die helpen bij het maken van de strategische planning. Als voorbeeld zijn er een aantal vragen bedacht, er zijn er altijd nog meer te bedenken.

Na het beantwoorden van de vragen worden alle stappen in een tijdplanning gezet. Zodat je niet alleen weet wat je wilt gaan doen, waarom en hoe, maar ook wanneer. Tot slot worden de antwoorden op de vragen en de tijdlijn in 1 document gezet en je hebt je strategische planning klaar.

Het is prettig als het document er mooi en verzorgd uitziet. Dat leest net wat prettiger.

De stappen die aan de hand van vragen in de strategisch planning verder uitgewerkt worden zijn:

### Strategiebepaling:

- o Wat is de visie of de visie van de onderneming?
- o Hoe is stip op de horizon geformuleerd?

### De markt:

- o Welke ontwikkelingen zijn er in jouw branche? Is er b.v. schaarste van producten zodat de prijs omhooggaat? Zijn er concurrenten bij gekomen?
- o Welke acties ga je uitzetten op de ontwikkelingen in de branche?

### Het primair proces, ondersteunend proces:

- o Op welke manier is het primair proces ontwikkeld?
- o Is dit voldoende om de stip op de horizon te bereiken?
- o Hoe ziet het ondersteunend proces eruit?

### De organisatiestructuur:

- o Hoe is organisatiestructuur in jouw bedrijf?
- o Is dit toereikend voor de toekomst?
- o Besteedt je b.v. zaken uit of wil heb je het liever alles in eigen hand?

### Het team en de organisatiecultuur:

- o Werk je met een team?
- o Hoe ziet het personeelsbestand eruit?
- o Wat is de cultuur binnen het bedrijf?
- o Gaan alle teamleden mee in de reis naar de stip op de horizon?

### Financiële processen:

- o Is het strategisch plan financieel doorberekend?
- o Kloppen de verwachte financiële resultaten?
- o De lasten gaan voor de baten uit, maar het is wel de bedoeling dat er baten komen!
- o Zijn alle activiteiten apart doorberekend?



## STAP 3: VALKUILEN BIJ HET MAKEN VAN EEN STRATEGISCHE PLANNING.

Zijn er valkuilen? Ja, zeker zijn er valkuilen. Het lijkt allemaal zo makkelijk. Maar helaas, dat is het niet altijd.

### De gestelde doelen zijn te vaag/niet concreet genoeg

- o Je geeft aan 'meer' nieuwe klanten, maar niet hoevéél meer, in aantal of in een percentage).

### Het is niet helder waarom deze doelen bereikt zouden moeten worden

- o Doelen benoemen die niet helder zijn is, zonde van de tijd. Weet wat je met je doelen wilt bereiken en maak dat concreet en duidelijk.

### Er is geen/geen goede planning

- o Bij een strategische planning hoort een tijdplanning. Alles in het 1e kwartaal doen i.p.v. het over meerdere kwartalen uitsmeren, levert alleen maar veel werkdruk op en nooit de tijd om iets spontaans te doen.

### Er worden te veel doelen tegelijkertijd opgepakt

- o Vergeet niet dat een stap-voor-stap aanpak het beste werkt.

### Er is niet gekeken of de doelen financieel haalbaar zijn

- o Het is niet fijn als de onderneming failliet gaat omdat de doelen zo nodig behaald moeten worden. Het is zo druk met de waan van de dag, dat je er niet aan toe komt om daadwerkelijk een strategische planning te maken
- o Je wilt wel, maar je komt er niet toe. Maak de strategische planning niet alleen, maar doe dit met samen met anderen zoals het team, MT of een collega.



## STAP 4: HOE KUN JE DE VALKUILEN VERMIJDEN?

Er zijn een aantal valkuilen genoemd. Maar zo zijn er nog talloze bij te bedenken.

Bedenk jij maar eens wat jou tegenhoudt om aan je strategische planning te beginnen. Hobbels genoeg.

Hieronder zijn nog wat tips die helpen om wel die strategische planning te maken.

**Benoem je bedrijfsdoelen voor het komende jaar.**

- o Wat is het doel waar de komende tijd aan gewerkt gaat worden?
- o Waarom is dit doel zo belangrijk?

**Zorg voor een motiverende planning.**

- o Stapje bij stapje worden alle onderdelen van het strategisch plan uitgevoerd en dit levert veel energie op.

**Maak een realistische planning.**

- o Vaak willen we van alles, maar vergeten we te checken of dit haalbaar is.
- o Past de strategische planning in eventuele andere planningen?
- o Zijn de inschattingen realistisch?

**Houd je eigen tijd in de gaten.**

- o Kijk kritisch naar jouw eigen rol in de strategische planning. Is het nodig dat jij al deze onderdelen zelf uitwerkt?
- o Verdeel de stappen naar andere teamleden. Iedereen is wel ergens goed in.

## Maak een overzicht van alle stappen.

- o Overzicht geeft helderheid en duidelijkheid.
- o Streep de stappen af die gerealiseerd zijn.

## Zorg voor richting en focus.

- o Ga niet alle goede ideeën die er zijn direct uitvoeren.
- o Parkeer deze tot de volgende evaluatie van het strategische plan.

## Begin en zet een melding in je agenda.

- o Een planning is mooi, maar het start met de uitvoering. Zet de eerste stap en begin met het uitwerken.

## STAP 5: DE UITVOERING VAN DE STRATEGISCHE PLANNING.

Een strategische planning op papier zetten is al een prachtige prestatie. Maar dan.... Het is de bedoeling dat de plannen worden uitgevoerd zodat het niet alleen bij woorden blijft.

Dit is het volgende belangrijke deel van het proces, de uitvoering of implementatie. Het komt er nu op aan om dat te **doen** wat er geschreven en gezegd is.

Hieronder staan tips die helpen om de strategische planning daadwerkelijk uit te voeren.

- o Benoem SMART-doelen en maak duidelijk waarom het belangrijk/nuttig/noodzakelijk is deze te realiseren.
- o SMART is Specifiek, Meetbaar, Acceptabel, Realistisch en Tijdsgebonden.
- o Kijk aan het eind van elke week wat de aankomende week gedaan kan worden om de strategische acties stapje voor stapje te realiseren.
- o Een planning aan het einde van de week gericht op de nieuwe week geeft rust in het weekend. En zorgt ervoor dat iedereen op maandag weet wat hem/haar te doen staat.

- o Benoem vijf creatieve ideeën hoe een doel of subdoel gerealiseerd kan worden.
- o Kies het idee dat het beste resultaat gaat opleveren.
- o Bespreek regelmatig de plannen en de acties met een kritische collega, die houd je scherp.
- o Wees zelf ook kritisch. Dit voorkomt dat je zelf te makkelijk wordt.
- o Visualiseer regelmatig het einddoel. Hoe ziet het einddoel eruit?



## WIE IS MONIQUE BASTINCK?

Ik ben Monique Bastinck, gezegend met een forse interesse in ondernemen, ontwikkelen en strategie. Door mijn vele jaren als CEO van grote ondernemingen en mijn studie Master of Business Administration is deze interesse mijn passie geworden.

Ik heb gezien en ervaren op welke wijze een strategische benadering een boost kan geven aan de ambitie van de onderneming.

Mijn klanten zijn ondernemers/leiders en organisaties met ambities.

Het zijn meestal ondernemingen met personeel, maar wat ze allemaal gemeen hebben is dat hun passie ontwikkelen, ondernemen en groei is.

Het zijn ondernemers/leiders die willen weten hoe ze hun ambitie kunnen realiseren.

Die dit met een strategische aanpak willen doen. Zij zijn niet op zoek naar goeroes en business coaches. Maar zijn op zoek naar iemand die naast ze staat, iemand die een deskundige sparringpartner is.

Het zijn ondernemers/leiders die begrijpen dat het groeien van een onderneming niet alleen maar meer investeren, meer klanten en omzet is. Maar dat dit ook wat van jou vraagt als ondernemer. Een goede onderneming heeft een goede leider. Als jouw onderneming groeit vraagt dit wat van jouw leiderschap.

Dit zijn de ondernemers/leiders die gebruik maken van mijn kennis en kunde en waar ik een sparringpartner voor kan zijn.

Begint het bij jou te kriebelen en wil je weten of ik een geschikte sparringpartner voor jou kan zijn?

Neem dan contact met mij op en laten we eens samen sparren.

Klik hier voor een  
gratis  
strategiegesprek

